

假记者造谣传谣敲诈敛财落网记

本报记者 许跃芝

近日,在全国公安机关集中打击网络有组织制造传播谣言等违法犯罪专项行动中,湖南省衡阳市公安机关破获格祺伟假冒记者敲诈勒索寻衅滋事犯罪团伙案件。格祺伟长期打着“全媒体记者”、“意见领袖”的旗号,借助其网上影响力,以进行“舆论监督”为幌子,到处收集所谓负面信息,随意夸大事实、恶意炒作、制造事端、造谣惑众,以此疯狂敲诈勒索、非法敛财,成为当地“谈之色变”、“称霸一方”的人物。

目前,警方已掌握格祺伟及其团伙的犯罪线索200多条,初步查证案件36起,受害对象涉及10多个省份的企事业单位和干部群众,涉案金额达数百万元。

格祺伟,本名周波,湖南省衡阳市祁东县人,早年因对家庭和父母不满等原因,更名改姓为格祺伟,在腾讯、新浪等网站实名开设微博,粉丝超过70万。

2011年,格祺伟在其同伙张恒瑞(男,河北衡水人,时任现代消费导报社副社长,已被检察机关批捕)授意下,打着现代消费导报社网站“现代消费网”新闻中心副主任的头衔从事“采访报道”活动,并活跃于网络,通过参与炒作“云南巧家李昌奎杀人案”等一系列网络敏感热点事件,快速积聚名气,

自封“网络意见领袖”。

据警方查明,格祺伟为进一步扩大自己的名气和影响力,制造传播衡阳市石鼓区政府请200余名黑社会人员强拆民居等谣言,挑动群众对政府的不满情绪;传播长沙湘雅医院出动80余名保安对死者家属围殴、湖南衡东交警打人遭千人围堵掀翻警车等谣言,造成恶劣的社会影响,严重损害了党和政府形象。

据办案民警介绍,2011年,格祺伟结识犯罪嫌疑人张恒瑞等人,一拍即合之下,组成敲诈勒索犯罪团伙。张恒瑞看中格祺伟“文笔好”、“名气大”,能把负面新闻中的“炒点”放大吸引关注。此后,张恒瑞等人将从各地收集的负面新闻线索交给格祺伟,格“加工”成负面报道,再由张安排在网上传播,从而实施敲诈勒索。

2012年11月,根据线人爆料,格祺伟在张恒瑞安排下,在现代消费网发表《杭州市余杭区供电局数亿建“调度楼”超现办公面积19倍》,新浪、网易等各大网站纷纷转载,引起网民广泛关注。之后,格祺伟等人到杭州余杭区对报道所涉单位“采访”,以核实网帖真实性为由施加压力,

为消除社会影响、减轻舆论压力,该局

被迫以“广告费”名义支付给张恒瑞等人20万元。

格祺伟不仅盯着单位和企业“狮子大张口”,为了贪图小利,甚至连普通百姓也不放过。有的居民家因通风需要,自行给房屋加窗,或者因担心漏雨在楼顶加隔热层,这在祁东农村是常见现象。格祺伟知道后,说这是违规建设,要“报道出去”,当事居民只好低声下气请格吃饭。

许多受害者证实,格祺伟当着多人的面也敢毫不避讳地索取、收受钱财;要求相关部门逢年过节到家里看望,强迫企业老板为其在宾馆、饭店消费付账;甚至威胁、“绑架”少数党政领导干部打招呼、批条子,意图插手商业项目和党政人事调整,谋求更大利益。

警方在抓获格祺伟时,在其住所起获一批用于作案的密拍密录设备、假记者证等物品,并缴获敲诈勒索既遂的一批名贵香烟,以及收款票据27张,计96万余元。

格祺伟的违法犯罪行为对当事人造成很深的伤害。“交警打人”谣言事件经详细调查后,查实当事交警正当执法并无过错。然而在“舆论”压力之下,当地不得不对当事交警作出撤职等处分决定,让当事

民警蒙受不白之冤。

人们不禁要问,格祺伟为什么能在衡阳当地坐大成势,成为许多干部群众所称的“网络恶霸”、“祸害一方”?

衡阳市副市长、公安局局长周学农认为,“格祺伟等人之所以连连得手,主要有3个原因,一是利用了当前网络管理中的漏洞,发现自己发布了不实信息也没人管,胆子越来越大;二是充分利用了人们息事宁人的心理,气焰越来越嚣张;三是利用了‘两高’司法解释出台之前法律上的模糊地带,大发其财。”

一些办案民警表示,日前最高法、最高检出台有关司法解释,既是向网络言行划定了明晰的法律边界,更是向网络诽谤等违法犯罪行为亮出利剑,公安机关能够更有力地依法整治网络乱象、惩处不法分子。同时,公安机关提醒广大群众,如果受到类似侵害,要勇敢地拿起法律武器维护自己的合法权益,不给不法分子以可乘之机。广大网民也应加强自律,理性参与网络活动,在法律框架内行使自己的知情权、参与权、表达权和监督权,共同维护健康、有序的网络公共环境。

目前,案件正在进一步侦办中。

大铲海关:坚守在伶仃洋上

本报记者 杨阳腾



10月深圳,记者一行乘坐快艇前往大铲岛进行采访。在伶仃洋中仅0.92平方公里的大铲岛上,今年9月超强台风“天兔”带来的破坏仍依稀可见。

大铲岛扼守珠江口咽喉要道,是一个距香港仅6海里的无居民海岛。远离总

关、与世隔绝的清苦与寂寞,是坚守在这里的大铲海关人必须天天面对的。

2003年初秋的一个傍晚,滔滔翻滚的白浪拉响了台风的前奏。为确保所有缉私艇的安全,时任船管组长的钟锦佳,与全岛关员上下奋力拉船。然后,他又独自留下,对所有的船艇和缆绳仔细检查,确保万无一失。当他做完这一切才返回宿舍,时间已是凌晨1点多钟了。那一夜,他因急性心肌梗死,再也未能醒来,那一年他年仅47岁。

大铲海关人就是这样用奋斗谱写着一

曲曲“勇于吃苦、勇于战斗、勇于奉献、勇于争先”的大铲精神之歌。

2012年11月的一天,“阿权,赶紧回来!父亲恐怕不行了!”一阵急促的电话声将正准备召开关务会议的大铲海关副关长刘权的思绪打断。那时,刘权已上岛5年。5年来,他见证了大铲日新月异的变化:2008年实现公网供水,2010年实现公网供电,2011年沿海路修建完工,2012年海岛建设进一步展开……,看在眼里,甜在心头。然而,这种甜却夹杂着不能在身患

重病的父亲身边尽孝的苦,最终,父亲也没能见到儿子最后一面。

据大铲海关关长广战介绍,大铲海关现在主要负责对经批准通过珠江来往内地与港澳间的3000吨以下商船中途监管,负责在珠江口水域查缉走私,以及对西气东输供气天然气进行监管。其中途监管任务涵盖广东等6省区,6个直属海关,44个隶属海关的66个口岸,年均监管进出境船舶约11万艘次,约占全国海上中途监管业务总量的80%。

大铲海关作为新中国海关海上缉私的发源地,上世纪80年代初首先打响了打击群体性走私活动的第一枪。据统计,2010年以来,大铲海关共监管小型船舶347267艘次,重点检查船舶7426艘次,查获各类走私违规案件843宗,案值逾40亿元。近期,又连续查获两宗走私白油案,缴获白油1800吨,经扩线侦查,抓获走私犯罪嫌疑人19人,案值共约3000万元。

科技创新提速美的集团战略转型

在10月9日举行的“我的中国梦——中国企业‘梦之队’在行动”大型活动上,美的集团荣获“我的中国梦——中国企业梦之队科技之梦”。

在这个“科技是第一生产力”的时代,作为我国白色家电龙头企业的美的集团深知“科技”的分量和意义。今年上半年,美的集团董事长方洪波表示:“今后几年美的集团不会再扩大产能,资金主要投向研发、技术、高端人才引进等方面。”当前,每年将收入的3%投入研发已经成为美的集团硬性指标,据统计,过去五年时间里,美的集团整体的科技投入已超过100亿元。

目前,美的集团已经从战略层面完成中国特色的科技创新体系的产业布局、理论支撑、市场实践、人力资源等一体化建设,走出一条适合美的的创新道路。

18年科技月奖励上亿元

“科技月”这个词已成为美的集团从上到下最热门的词汇。今年9至11月期间,美的集团第十八届科技月活动正在如火如荼进行。这个被称为美的集团“科技奥斯卡”盛会,已从未间断地持续了18年。

本届美的集团科技月紧紧围绕“以消费者为中心,做好产品”为主题展开。美的集团旗下各经营单位在科技月期间将举办近145项活动,活动范围涵盖研发、品质、制造等各方面。同时,一些为行业首创的项目,还可申报为美的集团重大创新。而今年重大科技创新奖——美的空调“一晚1度电”项目就获得了高达500万元的单项奖励。

据统计,自1996年美的集团启动人才科技月活动以来,累计投入科技奖励金额已经超过亿元,在整个集团内部已经形成了良好的“尊重科技、尊重人才”的创新氛围。美的已积累越来越坚挺的技术“硬实力”。美的集团现拥有外籍技术专家117人,科技人员6000余人,技术领军人才30余人,博士近50人。目前,美的集团共拥有23家国家高新技术企业,拥有德国VDE、LGA,美国UL等一系列国际认证认可实验室,仅实验室一项的固定资产投入就超过10亿元。

美的集团突破创新的科技成果更是纷至沓来。以家用空调为例,从2010年起至今,美的空调就拥有了获得“国际领先”的科技鉴定结果意见的项目达到11项之多,涉及的领域从基础性能研究、电控、节能技术到环保剂、新能源等领域一应俱全;



而美的冰箱事业部仅今年1—9月期间就获得国家发明专利授权123件、实用新型256件、外观设计154件。

以消费者为中心做好产品

目前,美的集团拥有完整的小家电产品群和厨房家电产品群,实践“以消费者需求为中心,做好产品”,落实“原来生活可以更美的”的企业理念。

为了研究如何让电饭煲煮出来的米饭更好吃,美的电饭煲研发工程师像厨师一样天天煮饭,一年300多天,每天63锅饭。

国内的消费者在家使用空调时,担心耗电等问题,美的空调致力节能科技研究,研发团队投入265位工程师,前后经历了15次修改,历时572天时间,“一晚1度电”空调实现成功研发上市,现在已经成为不少消费者指名购买的“节能明星产品”。

美的豆浆机改进产品设计,不仅可以研磨干豆,熬煮更透彻,而且去掉了网罩和发热管,使用后清洗更容易,也带动了豆浆机行业产品的更新换代,让消费者在使用过程中体验更方便,市场容量成倍增长。

为贯彻落实“以消费者需求为中心,做好产品”,美的集团还专门成立了用户研究室,建立模拟消费者真实使用的环境,并拥有先进的摄像监控软硬件系统

及各种研究设备;同时,通过将消费者请到研究室来进行产品体验的方式,研究产品的接受度及可用性,将研究结果纳入产品策划、产品开发、产品测试等每一个环节,从而改进产品缺陷或开发新的产品。其中,美的的自动投放洗衣机、意式三门冰箱、下拉门微波炉、弧形面板电磁炉、会说“小心烫哦”的热狗玲珑型智能煲等都是研究消费者使用习惯中产生的新产品。就在第114届中国进出口商品交易会秋季第一期展会上,这些代表中国家电业创新实力、又能切实迎合消费者需求的产品,赢得了来自全球客商的共同青睐。

业内专家表示,当前,中国家电企业领军全球白电产业新十年发展的序幕才刚刚拉开,在面向未来的竞争中都必须“回归消费者需求”进行系统的创新和转型,只有这样才能确保中国家电产业群体的领先优势。美的集团坚持“自主创新”,以消费者体验为中心,成功在市场上开辟了一条“量增利长、稳步发展”的新通道。

稳步国际化成为世界的美的

今年9月,2014年巴西世界杯开幕式的圣保罗科林蒂安大球场制冷工程招投标结果揭晓,美的的开利

南方医院肾内科主任侯凡凡:

凡人医师 不凡仁心

本报记者 庞彩霞 苏琳

从部队卫生兵到军医大学学员,从任职南方医院到留学哈佛,从发表国际顶尖论文到当选中科院院士,63岁的侯凡凡是广东省唯一的女院士、国家973项目首席科学家、广东省肾脏病研究所所长、南方医科大学南方医院肾内科主任。她不仅在世界肾病研究领域取得重大突破,还在临床工作中成为医患关系和谐的典范。

在秋意渐浓的10月,记者终于见到了这位令人敬仰的女院士——侯凡凡。身材高挑的她,一袭白大褂,挽着利落的发髻,显得非常素雅。言谈之间,她总是带着恬淡的微笑、柔和的语调,给人一种强烈的信任感。

“既然当了医生,就要当一名好医生。”侯凡凡淡淡的语气中透着坚定。在她的“字典”里,好医生要有3个“心”:一要用心体察病人所需,为病人提供更好的服务;二要潜心研究医术,提高医疗质量;三要贴心为病患排忧解难,尽可能地减轻医疗负担和病痛造成的心理创伤。

曾经,一位广东清远的患者慕名而来,请侯凡凡帮他造一个血管瘘,以便继续透析。侯凡凡详细问诊和检查后发现,病人的肾功能衰退由肾内结石引起,可对症治疗,无需透析。当她把这一结果告诉病人时,却被责怪不负责任。侯凡凡恳切地对病人说,“你想想,为什么到手的钱我们不赚,而要你保守治疗?是因为你不需要。如果你还想不通,就让疗效来说话!”接受治疗方案1个月后,这名患者果真甩掉了透析的包袱。

“能为病人节省一分钱的事,我们都要去做,哪怕病人不理解,甚至我们受委屈也要去做。”怀着这份为患者着想的心,她给自己定下了这么一条准则:能在门诊解决的问题,就不要让患者住院;能用一种药解决问题的,就绝不用两种;能用便宜的药,就绝不用贵的。同时,她还要求全科人员奉行两个行医原则:一不能对病人态度不好;二不能把行医当作牟利手段。

在侯凡凡带领下,南方医院肾内科一直坚持对“大处方”现象定期自查。在2006年的卫生系统评比中,她所在科室被评为“患者满意度最高、抗生素使用控制最严格、医保付费患者自费率最低”的科室。

“肾脏病是慢性病,患者往往会带着厚厚的病历过来,我都尽可能看完。”为了既能快速解答患者的疑惑,又能确保其他患者的时间,侯凡凡从细节上解决,每用完一本病历,便在新病历前做个小结,记录用药和病情,从而节省时间。另外,侯凡凡还酝酿通过博客普及肾脏病的科普知识。

“病人辛辛苦苦奔波来看病,我没理由让他们失望!”侯凡凡对病人贴心,换来了病人的信任。侯凡凡领导的肾内科连续20多年没有一起医疗纠纷,与患者长期保持着良好的关系。

